

ся предприятия регионального уровня: «Рис», «Мама пицца», «Ассорти», «Осака», «Колхоз» и другие [4].

Литература

1. Газета Бизнес. <http://bizgaz.ru/2015/>
2. Газета «Коммерсантъ Юг». <http://www.kommersant.ru/>
3. Деловое сообщество. <http://newsdelo.com/2015/оборот-общепита-в-ростовской-области/>
4. Департамент инвестиций и предпринимательства Ростовской области. Инвестиционный портал Ростовской области «Стратегия социально-экономического развития Ростовской области до 2020 года». Постановление Законодательного Собрания Ростовской области от 24.11.2011 № 1752.
5. Информагентство don24.ru Телеканал «Южный регион Дон»: Don24.ru.
6. Министерство экономического развития Ростовской области <http://www.mineconomikiro.ru>
7. Официальный портал городской Думы и Администрации города. <http://www.rostov-gorod.ru>
8. Постановление Правительства Ростовской области от 29.12.2012 № 1143 «Об утверждении Концепции развития рынка Ростовской области на период до 2020 года».
9. Правительство Ростовской области. Департамент потребительского рынка <http://www.dprro.ru/>
10. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области: Ростовстат. rostov.gks.ru

*Ростовский институт защиты
предпринимателя, г. Ростов-на-Дону*

10 ноября 2016 г.

УДК 159.9+330.322

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСТАНОВОК ЖИТЕЛЕЙ ПЕРМИ И ПЕРМСКОГО КРАЯ¹

В.А. Федотова

На протяжении последних лет в российском обществе происходят изменения социально-экономических отношений и связей, которые характеризуются изменением ценностей, жизненных приоритетов и проявляются в возрастании значимости для личности материальных благ и имущественной дифференциации. Проведен анализ особенностей ценностных ориентаций и экономических установок жителей Перми и Пермского края, что представляет интерес для региональной науки, в частности, для понимания психологической специфики населения региона. В качестве респондентов выступили жители Пермского края (n=557) – представители Перми, Кудымкара, Кунгура, Губахи, Соликамска, Березников и некоторых муниципальных районов в составе края: Ильинского, Кисертского, Нытвенского, Осинского, Суксунского.

Ключевые слова: ценности, экономические установки, экономическое развитие, Пермь, Пермский край.

For the recent years in the Russian society there is a transformation of the social and economic relations which is characterized by change of values, of life priorities and is manifested in the increasing importance of individual wealth and property differentiation. In this research the features of valuable orientations and economic attitudes of residents of Perm and Perm region has been analyzed. This problem is interesting to regional science, in particular, for understanding of psychological specifics of the population of the region. Residents of Perm and Perm region (n=557) – representatives of Perm, Kudymkar, Kungur, Gubakha, Solikamsk, Berezniki and some municipal districts as Ilyinsky, Kishertsy, Nytvensky, Osinsky, Suksunsky have acted as respondents.

Key words: values, economic attitudes, economic development, Perm, Perm region.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ и администрации Пермской области в рамках научного проекта № 16-16-59002 а(р) «Экономические установки и культурные ценности жителей Пермского края»

Формирование социально-культурных ценностей происходит одновременно с формированием личности, определяется культурой и обществом. Социально-культурные ценностные ориентации – стержень нашей жизни и чаще всего проявляются в том, что личность думает и как поступает. Выявляются особенности ценностей и экономических установок представителей Перми и Пермского края.

В системе социально-экономических характеристик респондентов, так или иначе, будет переплетение культурно-специфических ценностных ориентаций и экономических установок, свойственных для генеральной совокупности россиян и региональных характеристик, связанных с менталитетом представителей Перми и края. На данный момент работ по проблеме приоритетных ценностей и экономических установок у жителей Перми и Пермского края нет, хотя есть исследования о системе ценностей жителей регионов России [1; 2; 6; 7; 12; 13; 16]; и работы по изучению особенностей связи ценностей и экономических установок жителей крупных городов РФ [5; 8; 18; 19].

Формирование социально-культурных ценностей происходит одновременно с формированием личности, обусловлено культурой и обществом. Ценности определяют отношения человека с социумом, природой, близким окружением и самим собой; они формируют цели, групповые убеждения и действия. Социально-культурные ценностные ориентации – стержень нашей жизни [8; 11; 18; 19].

Ценности исследуются на двух уровнях: индивидуальном и коллективном. На сегодняшний день существует большое количество теоретико-методологических подходов к измерению ценностей: подходы Ш. Шварца, Ф. Тромпенаарса и Ч. Хампден-Тернера, Г. Хофстеда, К. Клакхона и Ф. Строббек, Э. Холла и др. Наибольшее внимание нами уделено подходу Ш. Шварца, поскольку его методика измерения ценностей лежит в основе используемого методического инструментария. Теория базовых ценностей Ш. Шварца в последние несколько лет послужила основой сотен исследований. В них проверялась связь 10 базовых ценностей или четырех метавалюст с различными установками, представлениями, мнениями, типами поведения, качествами личности и т.д. В 2011–2012 гг. Шварцем создана новая методика, в которую входили уже не 10 ценностей, а 19. Шварц с соавторами в статье «Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России» представили подтверждения уточненной теории. Данные были получены при опросе 15 выборок студентов (N=3909) и взрослых (N=2150) в Финляндии, Германии, Израиле, Италии, Новой Зеландии, Польше, Португалии, Швейцарии, Турции и США. Различимость 19 ценностей и связи между ними оценивались двумя способами: с помощью конфирматорного ФА и многомерного шкалирования. Конфирматорный ФА второго порядка использовался, чтобы определить, могут ли 19 ценностей быть объединены, чтобы получить исходные 10 базовых ценностей. Шесть ценностей, которые уточненная теория делит на целый ряд ценностей, были объединены следующим образом: Безопасность (Безопасность – Личная, Безопасность – Общественная и Репутация), Универсализм (Универсализм – Забота о других, Универсализм – Забота о природе, Универсализм – Толерантность), Самостоятельность (Самостоятельность – Мысли и Самостоятельность – Поступки), Власть (Власть – Ресурсы и Власть – Доминирование), Конформизм (Конформизм – Правила, Конформизм – Межличностный и Скромность) и Благожелательность (Благожелательность – Чувство долга и Благожелательность – Забота) [22].

В результате проведенного нами анализа исследований, направленных на изучение ценностных ориентаций россиян, можно сделать следующие выводы. Во-первых, российские респонденты предпочитают ценности, выражающие интересы индивида (Открытость изменениям, Самоутверждение, Самостоятельность мысли, Самостоятельность поступков, Универсализм). В то же время, склонны к Самопреодолению, консерватизму. Во-вторых, происходит сдвиг в сторону индивидуализма, а ценность «Безопасность» является универсальной, свойственной и молодежи, и взрослому поколению россиян. Таким образом, у представителей Перми и Пермского края могут доминировать ценности, являющиеся общими для генеральной совокупности россиян: «Традиция», «Безопасность», «Самостоятельность», «Гедонизм», «Благожелательность», «Власть: доминирование», «Власть: ресурсы» [3; 4; 6; 9; 10; 11; 14; 15; 17].

Эмпирическое исследование

Объект исследования – ценности и экономические установки. Предмет исследования – взаимосвязь ценностей и экономических установок у представителей Перми и Пермского края. Цель исследования – анализ особенностей ценностных ориентаций и экономических установок жителей Перми и Пермского края и выявление, какие ценности лежат в экономическом поведении.

Методика исследования. Выборка. В качестве респондентов выступили жители Пермского края (n=557) – представители Перми, Кудымкара, Кунгура, Губахи, Соликамска, Березников и некоторых муниципальных районов в составе края: Ильинского, Кишертского, Нытвенского, Осинского, Суксунского (табл. 1).

Таблица 1

Социально-демографические характеристики выборки исследования

Города Пермского края	Количество респондентов	Пол Муж/Жен	Возраст
Пермь	147	Жен – 86 Муж – 61	Min: 17 Max: 75
Кунгур	68	Жен – 39 Муж – 29	Min: 18 Max: 69
Кудымкар	35	Жен – 18 Муж – 17	Min: 21 Max: 83
Березники	87	Жен – 34 Муж – 53	Min: 17 Max: 68
Соликамск	27	Жен – 16 Муж – 11	Min: 19 Max: 70
Губаха	39	Жен – 18 Муж – 21	Min: 16 Max: 74
Муниципальные районы в составе Пермского края			
Районы	Количество респондентов	Пол Муж/Жен	Возраст
Кишертский	48	Жен – 17 Муж – 31	Min: 20 Max: 68
Осинский	37	Жен – 22 Муж – 15	Min: 19 Max: 76
Нытвенский	16	Жен – 5 Муж – 11	Min: 19 Max: 77
Сукуснский	22	Жен – 14 Муж – 8	Min: 23 Max: 84
Ильинский	31	Жен – 17 Муж – 14	Min: 17 Max: 78

В качестве основного метода исследования использован метод опроса, заключающийся в заполнении респондентами специально подготовленного опросника, в котором использованы методика «Субъективное экономическое благополучие» [20] и методика измерения индивидуальных ценностей PVQ-R. Респонденты заполняли онлайн анкету, в некоторых случаях проведены личные встречи – посещение высших учебных заведений и некоторых предприятий Перми и Пермского края.

1. Для исследования ценностной структуры на индивидуальном уровне используется обновленный опросник структуры ценностей (PVQ-R) Ш. Шварца [22].

2. Методика «Субъективное экономическое благополучие» [20] представляет собой опросник, состоящий из 26 утверждений, к каждому из которых предлагается пять вариантов ответов, где 1 соответствует ответу «не согласен с утверждением», а 5 – «полностью согласен». Далее, в соответствии с ключом, подсчитываются показатели по факторам: экономический пессимизм/оптимизм, экономическая тревожность, субъективная адекватность дохода, финансовая депривированность, текущее благосостояние семьи.

Обратимся к результатам, полученным в первом блоке опросника и отражающим индивидуальные ценности респондентов. Проведенный первичный анализ ответов респондентов позволил выявить минимальное, максимальное и среднее значения, а также стандартное отклонение по каждой переменной (табл. 2).

Можно видеть, что на индивидуальном уровне средние показатели по ценностям: «Самостоятельность: поступки», «Самостоятельность: мысли», «Безопасность: личная», «Безопасность: общественная», «Скромность», «Конформизм: межличностный», «Благожелательность: забота» и «Власть: ресурсы» выше других.

Главная цель блока ценностей «Самостоятельность» заключается в самостоятельности выбора способов действия в творчестве, исследовательской активности. Более раннее исследование выявило, что показатели по ценности «Самостоятельность: поступки» выше у взрослых россиян, а по блоку «Самостоятельность: мысли» у представителей российской молодежи [14; 15; 19]. Далее, показатели по блокам ценностей «Безопасность: личная» и «Безопасность: общественная» достаточно высокие, соответственно, для респондентов важно чувствовать себя защищенными, быть в безопасности; они стремятся беречь свое здоровье, вести активный образ жизни. Отметим, что ценность

«Безопасность» является универсальной для большинства россиян, что подтверждают проведенные ранее исследования [4; 7; 18; 19]. Мотивационной целью данного блока ценностей индивидуального уровня является безопасность для других людей и себя, гармония, стабильность общества и взаимоотношений. Необходимо сказать, что в исследованиях, проведенных, например, у жителей Белгородской области, установлено, что характеристики, свойственные ценностному блоку «Безопасности» наиболее значимы для респондентов [1].

Таблица 2

Ценности индивидуального уровня жителей Перми и Пермского края
(по t - критерию Стьюдента)

Ценности Статистические значения	Респонденты		
	Мин-Макс	Среднее значение	Стандартное отклонение
Самостоятельность: поступки	3,4–6	4,7	0,53
Самостоятельность: мысли	3,7–5,8	4,75	0,59
Стимуляция	2,4–5,1	3,75	0,69
Гедонизм	3–4,4	3,7	0,43
Достижение	2,6–5,8	4,2	0,65
Власть: ресурсы	3,9–5,4	4,65	0,79
Власть: доминирование	2,5–5,7	4,1	0,94
Репутация	3–5,6	4,3	0,49
Безопасность: общественная	3,7–6	4,85	0,49
Безопасность: личная	3,3–5,9	4,6	0,59
Конформизм: правила	3,8–5,4	4,6	0,74
Конформизм: межличностный	4,2–6	5,1	0,65
Традиция	2,8–5,8	4,3	0,58
Скромность	3,6–5,9	4,75	0,50
Благожелательность: чувство долга	2,8–5,2	4,0	0,56
Благожелательность: забота	3,4–6	4,7	0,53
Универсализм: забота о других	1,4–3,5	2,45	0,54
Универсализм: забота о природе	2,9–5,1	4,0	0,61
Универсализм: толерантность	2,2–5,4	3,8	0,68

Наблюдаются высокие показатели по блокам ценностей «Скромность», «Конформизм: межличностный», «Благожелательность: забота». Большинство респондентов считают, что неправильно вести себя высокомерно; в большинстве случаев они не стремятся к публичному вниманию или одобрению. «Конформизм: межличностный» является производной ценностью от требования сдерживать склонности, имеющие негативные социальные последствия. Полученные нами результаты противоречат результатам, полученным на общей выборке россиян, в которых непопулярной ценностью становится конформность и имеет место изменение структуры ценностей в пользу собственного благополучия и индивидуализма против социального интереса и коллективизма [3]. Ценность «Скромность», по результатам некоторых исследований, становится наименее значимой для россиян [4; 10; 11; 14; 15], а полученные данные на выборке представителей Перми и края свидетельствуют о преобладании данной ценности в сознании респондентов. Ценность «Благожелательность: забота» также свойственна большинству россиян [18], что говорит о ее универсальности для большинства российских респондентов. Самые низкие средние значения по блокам ценностей «Гедонизм» и «Универсализм: забота о других», соответственно, для большинства респондентов не так приоритетны удовольствия, веселье, праздный образ жизни.

Следующим шагом мы выявили экономические установки жителей Перми и Пермского края. Проведенный первичный анализ ответов респондентов позволил выявить минимальное, максимальное и среднее значения, а также стандартное отклонение по каждой переменной (табл. 3).

Средние значения по всем экономическим установкам находятся примерно на одном сравнительно низком уровне, что подтверждает тот факт, что в стране наблюдается экономический кризис. Как отмечают практики, экономическая ситуация в стране сейчас не самая благоприятная: снижение цен на нефть, санкции со стороны стран Запада, ослабление курса рубля, рост инфляции – все это негативным образом сказывается на экономике. По мнению экспертов, потребительская активность россиян в ближайшие полгода заметно сократится. Из-за нестабильной экономической обстановки тема финансов стала одной из ключевых в социостатистике [21].

Таблица 3

Экономические установки жителей Перми и Пермского края
(по t - критерию Стьюдента)

Экономические установки	Статистические значения	Респонденты		
		Мин-Макс	Среднее значение	Стандартное отклонение
Экономический оптимизм/пессимизм		2,4–3,8	3,1	0,53
Текущее благосостояние семьи		1,3–2,7	2,0	0,59
Финансовая депривированность		1,3–4,2	2,75	0,69
Субъективная адекватность дохода		2,1–3,9	3,0	0,53
Экономическая тревожность (финансовый стресс)		2,6–4,7	3,65	0,65

*** – различия достоверны на уровне $p < 0,001$

** – различия достоверны на уровне $p < 0,01$

* – различия достоверны на уровне $p < 0,05$

Экономическая установка «Текущее благосостояние семьи» предполагает оценку по 5-балльной шкале. Удовлетворенность материальным положением и собственным благосостоянием на текущий момент у жителей Перми и Пермского края выше среднего уровня. Среднее значение уровня субъективной адекватности дохода равно 3, что свидетельствует о том, что доходы представителей Перми и Пермского края в большей степени удовлетворяют потребность в независимости и свободе, в материальном благополучии, в самореализации и безопасности.

Результаты работы могут быть интересны для региональной науки в вопросе понимания психологической специфики населения региона. В структуре ценностей общественного сознания выражены традиционные модели (общие ценности) – «Самостоятельность: поступки», «Самостоятельность: мысли» и «Власть: ресурсы», специфические региональные особенности – превалирование ценностей «Скромность», «Конформизм: межличностный», «Благожелательность: забота» и низкий уровень значимости «Гедонизма» и «Универсализма: забота о других».

Хотелось бы отметить, что с наибольшей вероятностью выявленные ценностные ориентации жителей Пермского региона появились в результате экономических реформ последних десятилетий и обладают общими и специфическими чертами. Большинство респондентов испытывают экономическую тревожность, беспокоятся за свое материальное положение, испытывают потребность в повышении доходов.

Литература

1. Бабинцев В.П., Тарабаева В.Б. Ценности жителей Белгородской области как приграничного региона России // Ученые ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2014. № 28 (180).
2. Булатова Т.А., Камарова Н.А., Галашова Н.Б. Ценности СМИ и населения Томской области: сравнительный анализ // Философия. Социология. Политология. 2012. № 1 (17).
3. Буравлева Н.А. Ценностные ориентации студентов // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2011. № 6.
4. Горбатова М.М., Ляхова М.А. Исследование структуры ценностей студентов как особой стратификационной группы // Вестник Кемеровского государственного университета. 2005. № 2 (22).
5. Ефремова М.В., Лепиокова З.Х. Взаимосвязь ценностей и экономических установок у российских студентов: межконфессиональный анализ // Культурно-историческая психология. 2013. № 2.
6. Ирсетская Е.А., Китайцева О.В. Социальная справедливость как платформа реализации жизненных устремлений россиян // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 6 (130).
7. Карташевич М.В. Ценности южнороссийского менталитета в ситуации социокультурного кризиса // Дис. канд. психол. наук. 2008.
8. Лебедева Н.М. Ценности культуры, экономические установки и отношение к инновациям в России // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2008. Т. 5. № 2.

9. Ляпина И.Ю., Соколов Р.В., Хван Н.С. Практика применения теории поколений в исследовании различий ценностей россиян (анализ результатов социологического исследования в г. Волжском Волгоградской области) // *Primo Aspectu*. 2014. Т. 18. № 16 (143).
10. Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности двух поколений россиян и динамика их социальной детерминации // *Общественные науки и современность*. 2010. № 3.
11. Мاستикова Н.С. Ценности россиян: что следует из сопоставления статистик международных исследований // *Социологический журнал*. 2013. № 1.
12. Мунгалов В.Н. Ценностно-смысловые пакеты модернизации социальной сферы муниципальных образований Сибирского региона // *Психология в экономике и управлении*. 2013. № 2.
13. Немировский В.Г. Уровень ценностей в контексте социокультурной модернизации региона // *Идеи и идеалы*. 2014. № 4 (22).
14. Панкратова А.А. Изменение ценностей детей и взрослых в современной России (1992–2009) // *Психологические исследования*. 2011. № 1.
15. Постникова М.И. Психология отношений между поколениями: теоретико-методологический аспект. Архангельск: Поморский университет, 2010.
16. Притчина Е.В. Политические ценности и установки жителей Алтайского края и Республики Алтай сквозь призму политико-культурной матрицы России // *Известия Алтайского государственного университета*. 2014. № 4–1 (84). DOI 10.14258/izvasu (2014)4.1-50 296-302.
17. Реутов Е.В., Павлова О.А., Тришина Т.В. Социокультурная система региона (социологический анализ) // *Среднерусский вестник общественных наук*. 2016. Т. 11. № 3. DOI: 10.12737/20381.
18. Федотова В.А. Взаимосвязь ценностей и инновативных установок у представителей разных поколений россиян // *Социальная психология и общество*. 2016. Т. 7. № 2.
19. Федотова В.А. Взаимосвязь ценностей и экономических установок у представителей разных поколений россиян // *Психология в экономике и управлении*. 2015. Т. 7. № 2. DOI : 10.17150/2225-7845.2015.7(2).111-120.
20. Хащенко В.А. Субъективное экономическое благополучие и его измерение: построение опросника и его валидизация // *Экспериментальная психология*. 2011. Т. 4. № 1.
21. Цены на нефть и их влияние на «личную» экономику и экономику страны. Еженедельный опрос «ФОМнибус». <http://fom.ru/Ekonomika/11847> (дата обращения 01.07.2016).
22. Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2012. № 2.